

《文创设计》课程标准

(适用于艺术设计专业)

课内学时数：72

适用的专业范围及层次：全日制专科艺术设计

学分：4

考核方式：考查与设计方案作业结合

编制人：曾晨浩

说 明

一、教学目的和要求

党的二十大以来，中国特色社会主义进入新时代，我国的发展站到了新的历史起点上，人民群众对美好生活的向往不断变为现实，获得感、幸福感、安全感更加充实、更有保障、更可持续。随着我国互联网技术的发展和普及，各行各业对艺术设计的依赖程度也愈发明显，随着而来的是推动艺术设计相关行业长期稳定的发展。

中共中央和国务院在 2019 年的《粤港澳大湾区发展规划纲要》中提出大力构建现代服务业体系，聚焦服务业重点领域和发展短板，促进商务服务、流通服务等生产性服务业向专业化和价值链高端延伸发展，健康服务、家庭服务等生活性服务业向精细和高品质转变，以航运物流、旅游服务、文化创意、人力资源服务、会议展览及其他专业服务为重点，构建错位发展、优势互补、协作配套的现代服务业体系。所以，作为文化创意产业中坚力量的艺术设计行业的发展前景是无限的。《文创设计》是为了积极探索艺术设计教育教学，培养技能型人才，加快推进艺术设计专业职业教育体系建设，为我国建设培养更多较高学历层次的高素质技能型人才。

该课程是通过对文创设计这个专业概念的系统阐述，让学生从专业角度对艺术设计专业有所认识，并通过对艺术设计专业领域中学科内容的介绍，了解艺术设计的重要性、现实意义。本课程旨在培养学生掌握文创产品设计的基本理论和实践技能，能够从文化、艺术、科技等多个角度进行创新设计，提高学生在文化创意产业中的竞争力。

二、课程内容和学时分配

根据教学计划规定的学时数，具体学时分配如下表，供参考。

课程内容和学时分配表

章数	内 容	理论课时	实验课时	小计
1	文创设计概论	8	4	12
2	产品造型形式美	4	4	8

3	文创设计的起源	4	0	4
4	标志与设计	0	8	8
5	形态构成	0	4	4
6	产品色彩设计	6	6	12
7	人机工程设计	6	10	16
8	产品造型设计的程序和评价	4	4	8
合计		32	40	72

三、教学内容

第一章、 文创设计概论

教学目的：明确本课程性质、任务、学习要求；了解文创设计的概念及文创设计的发展过程；培养学生学习的热情、理论联系实际的能力。

教学重难点：了解文创设计的概念、文创设计的发展

主要内容：

文创设计不是指文创的设计,也不是文创品的设计,而是相对于手文创时代而产生的、文创时代的设计活动。“设计可以定义为为了达到某一特定的目的而使用的一切必要手段。文创设计是指设计、创意在生产过程中的一种体现,文创设计的核心是产品设计,产品设计是任何一个品牌培育塑造发展的一个物质载体,核心的核心,没有产品,何来品牌,所以,产品设计离不开文创设计,文创设计是指现代机械化大批量生产的产品经创造性的策划使其具有新的品质(功能的优化、式样的新颖和审美价值的提高),都称为文创设计。文创设计——技术成果转化的桥梁文创设计,是一门专门研究文创产品在“人——机(产品)——环境”系统中如何寻求最优化的学科。

第二章、产品造型形式美

教学目的：理解产品造型的形式美法则掌握设计产品中的比例与尺度的关系，理解常用比例和黄金分割比例关系。采用均方根比例会自豪简单线条；培养学生认识美，理解美的能力。

教学重难点：产品造型的技术美要求、产品造型的视错觉问题

主要内容：

文创产品的形式美法则，主要是研究产品形式美感与人的审美之间的关系，

以美学的基本法则为工具来揭示产品造型形式美的发展规律，满足人们对产品审美的需求。人的本质特征的重要表现之一就是自觉地追求美，不断地“按照美的规律来建造”。在人类的社会实践过程中，劳动创造了产品，同时也创造了美，因此，产品一般具有可使用的实用价值和可欣赏的审美价值，人类在数十万年前就意识到美的存在，在劳动过程中有意识地对生产工具、生活物品进行装饰，特别是“串饰”的出现，更体现了人类对美的追求。事物的美往往也反映着事物的发展规律，人类在长期的社会实践中对事物复杂的形态进行分析研究，总结出形式美的基本法则，诸如对立与统一、比例与尺寸、对比与调和、对称与均衡、稳定与轻巧、过度与呼应、节奏与韵律等等。对形式美的研究，有利于人们认识美、欣赏美和创造美。“美是各部分的适当比例，再加上一种悦目的颜色”。——圣·奥古斯丁。比例是指事物中整体与局部或局部与局部之间的大小、长短、高低、份量的比较关系，在产品造型设计中，比例主要表现为造型的长、宽、高之间的和谐关系。比例理论 良好的比例关系符合使用的需要，更符合审美的需求。黄金分割比：即 1：0.619。公认的一种美的比例法则。最初由毕达哥拉斯学派提出，1954 年德国数学家蔡沁做了几何学的作图证明。

第三章、文创设计的起源

教学目的：了解我国以及外国文创设计的起源掌握文创设计的发展，从历史中汲取设计灵感，理解设计的真正含义。掌握产品设计时要掌握的美学法则培养学生认识美，理解美的能力。

教学重难点：广义的理解&狭义的理解。

主要内容：

文创设计发展简史

文创设计的发展一直与政治、经济、文化及科学技术水平密切相关，与新材料的发现、新工艺的采用相互依存，也受不同的艺术风格及人们审美爱好的直接影响。其发展工程，大体上可以划分为以下三个时期：

第一个时期

19 世纪中叶，西方各国相继完成了产业革命，实现了手文创向机器文创的过渡，这个过渡过程也是手文创生产方式不断解体的过程。

此时，英国人莫里斯（William Morris，1834~1896）倡导并掀起了“工艺美术运动”（Arts and Crafts），要求废弃“粗糙得丑陋或华丽得丑恶”产品，代之以朴实而单纯的产品。到19世纪末至此20世纪初，在欧洲以法国为中心又掀起了一个“新艺术运动”（Art Nouveau），承认机器生产的必要性，主张技术和艺术的结合，注意产品的合理结构，直观地表现出工艺过程和材料。

在“工艺美术运动”和“新艺术运动”的推动下，欧洲的文创设计运动进入了高潮，第一个产生巨大影响的团体组织德国文创联盟（Deutscher Werkbund）于1907年组成。

第二个时期20世纪20至50年代。建筑师格罗佩斯（Walter Gropius，1868~1934）于是1919年4月1日在德国魏玛首创了设计学术——国立包豪斯（Das Staatliches Bauhaus，1919~1933）。包豪斯的理论原则是，废弃历史传统的形式和产品的外加装饰，主张形式依随功能，尊重结构的自身逻辑，强调几何造型的单纯明快，使产品具有简单的轮廓，光洁的外表，重视机械技术，促进标准化并考虑商业因素。

包豪斯学校的建立，标志着人们对文创设计认识的进一步深化并日趋成熟。第三个时期20世纪50年代以后。各国有关的学术组织相继建立，为了适应文创设计开展国际间交流的需要，国际文创设计协会于1957年4月在英国伦敦成立，其事务所设在比利时的首都布鲁塞尔。国际学术组织的建立和学术活动的广泛开展，标志着该学科已走上了健康发展的轨道。

在这一时期，文创设计的研究、应用及发展速度很快。在我国，文创设计正得到迅速的发展，目前乃至未来，无论国内市场还是国外市场，文创设计的成果将是产品竞争的重要手段之一。我们相信，很快我国的各类文创产品将跻身于世界名牌产品之林。

第四章、标志与设计

教学目的： 帮助学生理解标志设计的基本原理和基本形式的要素有哪些；让学生掌握标志设计的艺术表现手法；培养学生认识美，理解美以及其创新表达能力。

教学重难点： 标志设计的基本原理和基本形式、标志设计的艺术表现手法、标志

设计中的创新（创意）表现

主要内容：

标志的起源与发展

人类在原始时代没有文字，为了记录某种事件，常用刻树、结绳，堆石等象征符号来表示，随着生产和社会的发展，这种象征符号的标志也得到了广泛的应用。当生产力达到进一步发展，生产者的产品在满足自需的基础上有了剩余，就有了产品交换，同时也出现了不同生产者生产同一类产品的情况，因而生产者就在自己出售的产品上作“记号”，对于购买者也渐渐养成了认“记号”购物的习惯，这就是商品标志的起源。随着时代的进步，由“记号”区分商品的习惯也逐步发展扩大，标志本身也日趋完备，同时也逐步形成以平面构成为基础的标志学理论体系。

我国具有近代商标特点并能见其图形的朝代大约在宋朝。当时山东济南一家专造“功夫针”的刘家针铺，在针的包装纸上印有兔的图形，并写有“认门前白兔儿为记”的字样作为“商标”，刘记针铺并在门前立一石兔作为标志。

此外，茶馆门前悬挂一个“茶”字，酒店门前悬挂葫芦，理发店门前装“红、白、蓝”三色转筒等都属标志的范畴。随着人类社会物质文明和精神文明的进步，标志学已形成以平面构成和应用符号学为基础的从理论到设计的完整体系。近代标志设计具有以下特色：在表现形式上，由繁复渐趋单纯并向符号化方向发展；在表现手法上，由写实图案转向几何图案和文字图案的构成；在设计构思上，由具体的形象渐趋抽象构图。

标志设计是以平面构成为基础的视觉语言表达和视觉形象创造。在进行标志设计时，决不能随意拼凑，所设计的图形或符号作为一种“视觉语言和形象”要为别人认识和理解。为此，下面介绍标志构图中常用到的“形”与“骨格”的概念及其基本用法。

1.形形是平面构成中借以表达一定含义的视觉元素，是一切可见物的外部特征。主要涉及基本形、正负形、形与形的遇合等。

2.骨格

在平面构成中，“形”的位置是按照一定的规律组合编排的。这种支配构成秩序，管辖构成中“形”的位置的规律，称为骨格。骨格在平面构成中是以显现或

不显现的骨格线体现的。骨格线将框架划分为形状大小相同或不不同的空间，这种空间称为骨格单位。骨格在平面构成中的作用是支配构成的秩序，管辖构成中的“形”的位置。骨格的类型很多，这里仅介绍常见的重复骨格、渐变骨格和发射骨格三种。

3.形与骨格

形与骨格的关系是相互依存和相互补充的。骨格管辖着形的编排秩序，形又能丰富构成的效果，两者相依互存，犹如“骨”与“肉”的关系一样。在处理形与骨格的关系中。一般有以下几种处理手法。

标志设计基本形式

1.点、线、面的构成标志设计中，点、线、面的概念是相对的，没有严格的分界。所以，点的构成，线的构成和面的构成，只需作少量的调整，即可得到点、线、面综合构成的效果。

2.标志设计的艺术表现手法

标志设计要取得完美的艺术效果，必须符合形式美法则的基本要求，掌握平面设计的基本技法，在具体设计时还要注意标志自身的形式特点以及与功能特点的内在联系。下面从十个方面来分析介绍标志设计中常采用的艺术表现形式。

第五章、形态构成

教学目的：让学生理解形态构成的基本方法；掌握基本的形态构成；培养学生采用形态表达美，理解美的能力。

教学重难点：形态构成方法及表现形式、形态构成要素在造型设计中的灵活运用、形态构成方法在产品造型设计中的具体运用

主要内容：

线材的构成形式及方法

应用各种类型的线材，在三维空间形成立体构成。构成时应注意材料的性质和构成方法，注意创造空间的深度感、伸展感以及具有力动性的韵律感等。垒积构成 按一定的造型规律将线材垒积起来构成的立体。

线框构成

利用硬性的线材，按造型规律结合成为框架，并以此为单片组织成立体形态。

线层构成

利用软性的线材作为移动的母线，沿着以硬性线材连接成的刚性骨架线为导线移动而产生的空间线层立体。

组合构成

将多种单体拼和在一起构成一个新的立体形态的过程称为合构成。在组合构成中，根据形体之间的组合形式和性质的不同，可生各种不同的组合关系。在形态构成活动中，构成技能和技巧的掌握是以大量的构成实践为基础的。

仿生构成介绍仿生构成是指模仿生物而构成的各种造型物象。在产品造型设计中，仿生构成主要包括结构仿生、形态仿生、色彩仿生和材质仿生。

结构仿生将产品的结构模仿生物的肌体结构来进行设计。模仿生物的肌体结构是因为这种结构是生物在长期的生存斗争中获得的合理形状。具有可行性，模仿会带来许多益处。如模仿蜜蜂的蜂窝结构制造的包装材料。形态仿生将产品的外型设计成类似于某种生物的形态。如悉尼歌院的造型象一堆巨大洁白的贝壳。

色彩仿生指模仿生物的生存色彩制成产品的外观颜色。如迷彩服。材质仿生是将产品的外观形态美化成某些天然材料的质地形态，给人某种特殊的质感。

第六章、产品色彩设计

教学目的：帮助学生理解色彩的形成；让学生掌握色彩的表示和调配方法；培养学生认识色彩的美，理解美以及其创新表达能力。

教学重难点：色彩的构成、色彩三要素、色彩的表示、色彩的表示和调配

主要内容：

随着科学技术的发展，人们对色彩的研究与应用已提到新的高度，色彩研究所涉及的范围也越来越广。由于色彩是形态三个基本要素(形、色、质)之一，所以色彩是文创设计学科中必须研究的基本课题。色彩研究涉及物理学、生理学、心理学、美学与艺术理论等多门学科，故其发展有赖于这些学科的长足进展。而色彩研究的成果又为这些学科提供材料，促进它们新的发展。

1.可见光谱

光是属于，一定波长范围内的一种电磁辐射。电磁辐射的波长范围很广，最短的如宇宙射线，其波长只有 $10^{-14} \sim 10^{-15}m$ 。最长的如交流电，它的波长可达

数千千米。在电磁辐射范围内，只有 380~780nm(1nm = 10⁻⁹m)波长的电磁辐射能够引起人们的视觉，这段波长叫做可见光谱(图 5. 1)。电磁波的振动频率与波长成反比，可见光谱中红色一端的长波每秒振动 400X 10¹² 次，紫色一端的短波每秒振动 800x10¹² 次，在电磁辐射范围内，还有紫外线、X 射线、γ射线以及红外线、无线电波等。

2.色彩生理学基础

人的眼睛是一个前后直径大约 23 毫米的近似球状体，由眼球壁和眼球内容物构成(图 5. 3)。眼球壁的正前方，占整个眼球壁面积 1 / 6，是一层弹性的透明组织，叫做角膜，含有大量的感觉神经纤维。角膜具有屈光功能，光线经角膜发生屈折进入眼内。眼球壁外层的其余 5 / 6 是白色的不透明膜，叫巩膜，它主要起巩固、保护眼球的作用。眼球壁的中层包括虹膜、睫状体和脉络膜。脉络膜含有丰富的色素细胞，呈黑色，起着吸收外来杂散光的作用，消除光线在眼球内部的乱反射。虹膜中央有一圆孔，即瞳孔，虹膜组织内的扩大肌和括约肌促使瞳孔扩大和缩小。睫状体内部有睫状肌，起调节晶体的作用。

色彩心理学基础：人们看到各种色彩，同时会在心理上引起习惯的反应。这种心理反应有时是下意识的，有的是色彩联想作用，也有传统风俗习惯造成的。不同的色彩能通过对心理的刺激，产生不同的影响，如兴奋、冷静、振作、萎靡、清新、沉闷等。研究色彩与视觉心理平衡的作用，才能使色彩设计达到色彩美与实用效果的统一。

3.色彩的功能与象征

色彩的功能是指色彩对人的眼睛及心理的作用，它包括色彩的明度、色相、纯度和它们之间的对比等对视觉的刺激作用，以及在人们心理中的各种印象、影响与象征性意义等。

1)红色在可见光谱中，红色光波最长，它容易引起人们的注意、兴奋、激动、紧张，但眼睛不适应红色的刺激，不善于分辨光波波长的细微变化，因此红色很容易使视觉疲劳。红色虽给人以强烈和有力、愉快和新鲜的印象和感觉，但在一般文创品中用得却较少，主要是因为红色象征着热闹、噪声，容易使人烦躁与疲劳。

2)黄色在可见光谱中黄的波长适中，与红色相比，眼睛要容易接受得多。早

晨和傍晚的阳光,大量的人造光源所辐射的光都倾向于黄色。黄色光的光感最强,给人以光明、辉煌、灿烂、醒目、庄重、高贵、忠诚、轻快、柔和、纯净和充满希望的印象。秋收时的五谷,精美的糕点,都是美丽的黄色,给人以丰硕感、甜美感、香酥感。欧洲在罗马帝国以前,一切民族皆崇尚黄色,宫殿和庙宇的色彩多用黄色,帝王及佛教僧侣都以黄色作服饰,使黄色有崇高、智慧、神圣、华贵、威严和慈善的感觉。但基督教对黄色持不同看法,认为黄色是卑劣的色彩,表示嫉妒和欺诈。黄色除了明快之外,各种黄色有不容易分辨的特点。黄色物体在黄光照射下,常有失色的表现。植物呈灰黄色,往往是衰败、腐烂的表现,中国有句俗话:面黄有病。因此,黄色也有象征颓废、病态和反常的一面。

4.色相对比

由于色相的差别而形成的对比称为色相对比。色相对比的强弱,取决于色相在色相环上的位置及共相互间的距离。以24色色相环为例,取一色为基色,则可把色相对比分成邻接色、类似色、中差色、对比色、互补色等类别。

从色相环上可见,邻接色之间的色相差别很小,属于色相弱对比,若以邻接色作配合会感到单调,须借助明度和纯度的对比来弥补。

类似色在24色色相环上间隔60°左右,亦属色相弱对比,但比邻接色具有单纯、统一、柔和、主色调明确等特点,又较耐看,但也应注意明度和纯度的变化,否则会显得单调。

中差色相对比是黄与红、红与蓝、蓝与绿等在24色色相环上间隔90°左右的色相对比。它介于类似色和对比色相之间,因色相差较明确,色彩对比效果较明快。

5.明度对比

由于色彩的明暗差别而形成的对比称为明度对比。明度对比能使人感到明色更明,暗色更暗。

6. 纯度对比

色彩因纯度差别而形成的对比称为纯度对比。纯度对比也有强弱之分:如5R色相(标准红色),级差为14,因而可达到10度以上的强对比。如5BG色相(蓝绿色),级差为6,因而级差达到4度的对比就应称为强对比了。

7.面积对比色彩因面积大小的差别而形成的对比称为面积对比。

8.冷暖对比

不同的色彩可以引起人们生理、心理上不同的冷暖反应，蓝绿色和红橙色是冷色和暖色的两个极端，人类对它们的冷暖主观感觉大约相差 5-70C。

第七章、人机工程设计

教学目的：帮助学生理解人机工程学的概念；让学生了解人机工程学的研究内容；培养学生文创设计的主动意识。

教学重难点：理解工作台的概念、让学生了解工作台设计要考虑的问题、培养学生文创设计的主动意识。

主要内容：

工作台的基本类型

工作台一般均由面板和支承部分构成。根据组合形式不同，一般可分为桌式工作台、柜式工作台和平台式工作台三种。

桌式工作台

桌式工作台是常见的工作台，它包括各种办公桌、课桌、微机操作台及各类服务性柜台等。桌式工作台的特点是结构简单，视野开阔，采光好，桌面上可任意组放各类供操作使用的物品。桌面下方可根据需要任意组合分割出供储备的使用空间。桌式工作台的桌面一般多做成水平的，也可根据需要做成带 10°-20° 倾角的斜面。因为桌式工作台在使用时多采用坐姿，所以，在设计和选用时必须充分考虑工作座椅的配套问题。工作台的造型尺度 操作姿势的选择

人的任何操作动作都是在一定姿势下进行的。姿势不同，肢体活动的空间范围也不同，因此工作台的造型尺度也不同。一般来说，人在工作台上的操作姿势多为立姿、坐姿或立、坐姿交替三种。

据测定，人立姿作业的能量消耗约为坐姿操作的 1.6 倍，若上身倾斜操作时可高达 10 倍。另外，坐姿操作的准确性通常都高于立姿。所以，在工作条件允许的情况下，作业姿势应尽可能地采用坐姿。对于作业时间持续较长，操作精度要求较高，需要手脚并用的场合，更应优先选用坐姿操作。只有在手或脚操作时需要较大空间且要经常改变操作体位的，或没有容膝空间而使坐姿操作有困难的情况下，才宜采用立姿操作。

柜式工作台是指控制器和显示器均固定安装在面板上的专用工作台。按工作台面组合形式的不同，一般又可分为直柜式工作台、弯折式工作台和弧面形工作台等。

第八章、产品造型设计的程序和评价

教学目的：理解文创产品的概念，打开学生设计的脑洞；让学生了解产品设计要考虑的问题；培养学生文创设计的主动意识。

教学重难点：学生对文创设计的理解、让学生进行文创产品设计实践、培养学生的创新意识。

主要内容：

产品造型设计中应考虑的因素产品造型设计的原则是实用、经济、美观。但实际上在进行设计时应考虑的具体因素还多，其中主要有以下几点：

1) 产品的功能

产品的功能是指产品的技术功能，它是产品设计的主要目的，也是文创产品与消费者之间的最基本的关系。人们在使用产品的过程中，是经由产品功能而获得需求之满足的。

2) 产品的美观

产品造型设计必须在表现功能的前提下，在合理运用物质设计条件的同时，要充分地把美学艺术中的内容和处理手法融合在整个产品造型设计之中，并要充分利用材料、结构、工艺等条件体现产品造型的形态美、色彩美、工艺美。只有这样，才能刺激消费者对产品产生购买欲望。

①形态美。所谓形态美，就是产品具有整体性和规则性，使人感到产品很完善。

②色彩美。就是具有一定形态产品的色彩配置，给人以一种愉悦的快感。

③工艺美。所谓工艺美，是指具有理性属性的文创痕迹，是指加工工艺、装饰工艺和材料质感给人的视觉感觉。

加工工艺是造型的手段，装饰工艺是使造型更具完美的条件，材料的质感则是造型具有内在的美的基础。需要强调的是，人们对工艺美的感受已超越了人的心理和生理的范围，这就要求人们去不断地发现新材料，发明新工艺。

产品造型设计除了在形态和色彩方面满足人们的生理和心理需要外,在使用和操作方面,也要适应人们的生理和心理需要,即产品的宜人性。经济性作为一个设计原则应贯穿于产品设计的整个过程中。

由于产品进入市场就成了商品,而商品的价格与产品的成本有着很大的关系,因此这就要求设计者对产品的成本进行全面的、综合的考虑。

现代文创产品的竞争越来越表现为设计的竞争,其实质是智力和创造力的竞争。智力是指对经验和知识的分解和组合,使之实现新产品的诞生。而创造力则是进行这种分解与组合的能力,它是知识量与想像能力的综合。创造性思维方法是产品造型的设计方法。因此,熟悉和掌握创造性思维的特征和方法对产品造型设计有着极为重要的指导作用。

四、课程的重点和难点

作为艺术设计专业的基础课程,秉着理论与实践相结合的原则,通过讲解及课堂示范让学生跟着教师的思路进行学习,一边实践,一边学习理解,让学生理解文创设计的基本概念以及绘制要领,并通过所学的原理与技巧进行练习,最终能够独立完成作品。

在教育教学中,学生对于基础的知识点是比较好掌握的,但是对于文创设计的原理,是比较难以理解的,并且无法灵活的将其应用。这就需要在教学的过程中,多加以讲解和示范,让学生懂得举一反三,最终能够熟练的应用且完成成熟的作品。

五、教学方法

1. 理论授课:教师讲解文创产品设计的基本概念、理论和方法,介绍文化资源转化为文创产品的实践案例。

2. 案例分析:学生分组进行案例分析,深入了解文创产品设计成功案例,并从中总结经验和教训。

3. 实践操作:学生进行文创产品设计实践,通过设计思维方法、实践操作等环节掌握文创产品设计的整个流程。

4. 课堂讨论:组织学生进行课堂讨论,分享设计理念、方法和经验,促进

相互学习和交流。

5. 项目实战：学生进行文创产品设计项目实战，从实际需求出发，完成项目策划、设计实践、作品展示和评估总结等环节。

6. 课外辅导：教师为学生提供课外辅导，针对学生遇到的问题和困难给予指导和帮助

六、课程考核及成绩评定

本课程的考核分为平时考核和期末考核两个部分：

1.平时考核：平时考核主要考查学生的课堂表现、小组讨论、实践操作和项目进展等情况，占总成绩的 50%。

2.期末考核：期末考核主要考查学生对文创产品设计理论和实践技能的掌握情况，以及项目实战的能力和成果，占总成绩的 50%。具体包括以下内容：

* 实操考试：学生分组进行文创产品设计实操，要求学生在规定时间内完成设计任务，并展示作品。

* 项目汇报：学生进行项目汇报，展示项目实战的成果和经验总结，并进行答辩。

期末成绩：根据平时考核和期末考核的综合表现，给出期末成绩。